

RPSEP-35

BUDAYA DAN ETIKA ORGANISASI PUBLIK/BISNIS

Timbul Sahala Tua Hutabarat
Universitas Terbuka
Jurusan Sosiologi
timbulsahalatuahutabarat@gmail.com

Abstrak

Full paper ini berisikan Budaya dan Etika Organisasi publik/Bisnis. Full paper ini bertujuan untuk mewujudkan cita-cita budaya yaitu menjadi masyarakat yang berperadaban tinggi terkhusus bangsa kita bangsa Indonesia. Jenis full paper ini adalah sebuah tindakan penilaian suatu individu terhadap masyarakat yang merupakan organisasi publik/bisnis, disamping full paper ini dibuat dengan dorongan yang tinggi dari penulis dikarenakan pernah mengalami masalah budaya dan etika dalam lingkungan masyarakat. Adapun teknik analisa full paper ini adalah dengan menguraikan persentase masyarakat yang aktif dalam urusan budaya (60%) menjadi (90%) setelah mengetahui betul budaya dan etika organisasi publik/bisnis. Sebelum dilakukan observasi ini tampaknya masyarakat masih kurang dalam masalah budaya, etika dalam organisasi yang diikutinya. Tulisan ini juga mencoba membahas upaya peningkatan rasa cinta budaya dan nasionalisme masyarakat, yang mana itu merupakan salah satu tugas masyarakat. Melalui tugas itu masyarakat diharap melestarikan budaya dan menanam tinggi etika-etika organisasi dalam lingkungan sosialnya. Permasalahannya adalah apakah upaya yang dilakukan masyarakat itu benar benar akan berhasil mewujudkan peradaban bangsa yang tinggi seperti yang diharapkan. Namun, dilain pihak akan sangat tergantung pada upaya penciptaan prakondisi (iklim/budaya kondusif) oleh pihak-pihak lain yang dimantapkan dengan transformasi maupun pembauran budaya sosial secara menyeluruh dari masyarakat ataupun oknum-oknum yang kurang bertanggung jawab yang ingin menggagalkan peningkatan peradaban tinggi tersebut.

Kata kunci: motivasi masyarakat, transformasi sosial kultural.

Abstract

The full paper contains Organisa Ethical Culture da public / Business. Full paper aims to realize the ideals of the culture into high society be civilization specifically for our nation of Indonesia. This type of full paper is an assessment of an individual action against the society which is the public organization / business, in addition to the full paper is made with a high boost of writers have experienced problems due to cultural and environmental ethics in the community. The full analysis techniques this paper is to outline the percentage of people who are active in cultural affairs (60%) to (90%) after knowing the true culture and ethics of public organizations / businesses. Prior to this observation it seems the community is still lacking in cultural issues, ethics in organizations that follow. This paper also tries to discuss efforts to increase the love of the culture and society of nationalism, which was one of the

tasks constitute community. Through the task of society is expected to preserve the culture and ethics of high ethics planting organization in social environment. The issue is whether the efforts made by the community that will truly succeeded in realizing a high civilization as expected. However, on the other hand will depend on the effort to create the preconditions (climate / culture conducive) by other parties are consolidated with the transformation of social and cultural assimilation of the community as a whole or the individuals who are less responsible wish thwart the increase of high civilization.

Key words: motivation of society, sociocultural transformation.

A. Pendahuluan

Membahas masalah budaya dan etika organisasi publik/bisnis pada saat ini tentunya sangat relevan dalam hubungan dengan isu klaim dan plagiat produk, terkhusus budaya kita budaya Indonesia.

Munculnya gagasan untuk mewacanakan dan mengimplementasi budaya dan etika organisasi publik/bisnis. Pada saat ini dalam rangka pengimplementasian hal tersebut perlu ditegaskan satu tema yaitu “masyarakat sebagai pelaku budaya dan etika organisasi publik”. Tentu saja pernyataan itu sendiri bukan sesuatu yang baru karena sejak awal munculnya budaya, budaya di hakikatkan sebagai ilmu yang harus di pelajari.

Maka dari itu,niat/tekad untuk pembaharuan di bidang budaya dan etika organisasi ini tentu patut diapresiasi apalagi kemudian didukung dengan upaya –upaya nyata kearah realitas tujuan budaya tersebut (dengan undang-undang serta program-program pendukungnya). Namun,pertanyaan mendasar yang perlu diajukan adalah apakah masyarakat mau mewujudkan dan bergerak dalam mewujudkan masyarakat yang berperadapan tinggi. Mengingat kondisi objektif yang ada justru belum sinkron dalam upaya-upaya yang sedang dijalankan.

Diberbagai media massa telah muncul komentar kritis tentang kondisi nyata yang sedang dialami sistim kebudayaan kita , apalagi di eraglobalisasi ini. Realitas –realitasitu antara lain menyangkut kebijakan masyarakat dalam menyaring kebudayaan yang telah berkontribusi dengan budaya-budaya lain. Masyarakat terkesan kontroversional bahkan bersifat anomali. Kesan kuat penerapan kebijakan uji coba (tidak atas dasar uji kelayakan).

Khusus menyangkut pelaksanaan undang-undang budaya dan etika ,juga dihadapkan pada banyak kondisi yang tidak menguntungkan baik dari segi teknis operasional maupun dari dasar-dasar filosofis idiologinya. Yamh jelas ini menyangkut umlah masyarakat yang cukup

besar yang akan dan harus terlibat dalam masalah, pengimplementasiannya budaya tapi juga peningkatan nilai budaya semaksimal mungkin.

Namun, terlepas dari semua itu kiranya perlu dibahas lebih lanjut apa sebenarnya budaya dan etika organisasi publik/bisnis. Lebih dari itu juga sangat perlu dibahas strategi dasar yang harus dilakukan untuk mewujudkan peradaban bangsa yang tinggi sebagai prasyarat peningkatan kualitas budayadan etika publik secara menyeluruh. Ini semua akan dicoba dipaparkan dalam pembahasan berikut.

B. Metodologi

Adapun metodologi dalam full paper ini adalah disertai dengan ilmu, metode, uraian yang mendasar yang disertai pendapat dan bukti-bukti kuat mengenai budaya dan etika organisasi publik. Budaya organisasi didefinisikan sebagai pola asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan, atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalah yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integritas internal yang sudah berjalan cukup baik, sehingga perlu diajarkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan, dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah. Budaya organisasi terdiri dari berbagai interaksi dari ciri-ciri kebiasaan yang mempengaruhi sekelompok orang dalam lingkungannya.

Jadi, dalam pengimplementasian budaya dan etika organisasi perlu adanya kerja sama antara masyarakat dan perusahaan maupun bisnis yang terkait dengan nilai, dalam arti nilai budaya khas masyarakat atau bangsanya. Selain nilai, norma dan wewenang juga harus melekat dalam diri mereka dalam melakukan segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan budaya dan etika organisasi.

C. Hasil dan pembahasan

Etika bisnis merupakan etika terapan. Etika bisnis merupakan aplikasi pemahaman kita tentang apa yang baik dan benar untuk beragam institusi, teknologi, transaksi, aktivitas dan usaha yang kita sebut bisnis. Pembahasan tentang etika bisnis harus dimulai dengan menyediakan kerangka prinsip-prinsip dasar pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan istilah baik dan benar, hanya dengan cara itu selanjutnya seseorang dapat membahas

implikasi-implikasi terhadap dunia bisnis. Etika dan Bisnis, mendeskripsikan etika bisnis secara umum dan menjelaskan orientasi umum terhadap bisnis, dan mendeskripsikan beberapa pendekatan khusus terhadap etika bisnis, yang secara bersama-sama menyediakan dasar untuk menganalisis masalah-masalah etis dalam bisnis.

Hubungan Etika Dengan budaya Etika merupakan bagian dari kompleksitas unsur-unsur kebudayaan. Ada banyak unsur kebudayaan lain. Norma, sistem nilai, pandangan dunia, filsafat, kesenian, ilmu pengetahuan, ekonomi, cita rasa, tingkah laku, sikap, tradisi dan kebiasaan-kebiasaan setempat, dan juga agama, dapat dianggap contoh-contoh yang dapat memperjelas persoalan kebudayaan. Etika dan kebudayaan itu tidak dapat kisah pisahkan. kedua nya saling melekat dan saling melengkapi satu dengan yang lainnya. Karena ketika suatu komunitas itu menciptakan batasan dan aturan-aturan dalam etika tentu lah berdasarkan dari kebiasaan dan juga hukum yang berlaku di tempat tersebut. Karena terkadang suatu etika itu tidak lah berlaku sepanjang masa, terkadang terjadi pelapukan dan pemudaran nilai-nilai etika. Nah, untuk membentuk ataupun membuat batasan-batasan etika yang baru diperlukanlah kebudayaan. karena kebudayaan itu merupakan kebiasaan-kebiasaan yang berlaku pada suatu komunitas tertentu. Nah disinilah keterkaitan kebudayaan. karena Ukuran etis, patut dan tidak patut, layak dan tidak layak, nista atau mulia, memalukan atau tidak perlu dianggap malu, semuanya merupakan bagian dari unsur-unsur kebudayaan . Dan itu semua merupakan syarat untuk menciptakan etika.

Dalam disiplin antropologi disadari bahwa manusia, setiap saat pada dasarnya disibukkan oleh urusan menciptakan etika, norma, tradisi, maupun pandangan dunia. Dengan ringkas dapat dikatakan, kita selalu sibuk menciptakan kebudayaan, karena suatu corak kebudayaan tertentu—di dalamnya ada etika tadi—sering mengalami proses pelapukan, memudar, tak lagi akomodatif, dan tertinggal dari perkembangan zaman yang terus berputar dan berubah secara sangat cepat. Kita membutuhkan sikap, cara pandang, perilaku, nilai-nilai, etika, norma dan tradisi yang lebih baru, yang dapat memberi kita rasa nyaman dalam merespon perkembangan zaman tadi. Dengan kata lain kita membutuhkan kebudayaan—sekaligus dengan unsur etikanya tadi—untuk bisa menjaga kelangsungan hidup di tengah perputaran dan perubahan-perubahan zaman. Maka agar kebutuhan itu terpenuhi kita harus kreatif mencipta. Mungkin mencipta etika, hanya sebagian, mungkin mencipta kebudayaan

secara keseluruhan. Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa etika—apa yang etis dan tidak etis, pantas dan tidak pantas, atau sopan atau tidak sopan, sering tak terpisah, overlap, dengan norma hukum.

Di sini berarti, bila kita menciptakan etika, sekaligus kita menciptakan hukum. Bagi manusia yang “berbudaya”, yang menjaga tata aturan hidup dari urusan sopan dan tidak sopan, layak dan tidak layak, maka perkara malu dan tidak malu, pantas dan tidak pantas, nista atau mulia, merupakan perkara penting dan sensitif, dan dijaga dengan baik agar segenap tingkah lakunya tak tercemar dari sudut etika tadi. Maka dari itu, jelaslah bahwa manusia itu membutuhkan kebudayaan dan juga aturan—aturan etika agar bisa mengikuti perkembangan zaman. Maka agar kebutuhan itu terpenuhi kita harus kreatif mencipta. Mungkin mencipta etika, hanya sebagian, mungkin mencipta kebudayaan secara keseluruhan.

a. Apa itu etika bisnis

Menurut kamus, istilah etika memiliki beragam makna berbeda. Salah satu maknanya adalah “prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok”. Makna kedua menurut kamus – lebih penting – etika adalah “kajian moralitas”. Tapi meskipun etika berkaitan dengan moralitas, namun tidak sama persis dengan moralitas. Etika adalah semacam penelaahan, baik aktivitas penelaahan maupun hasil penelaahan itu sendiri, sedangkan moralitas merupakan subjek. A. Moralitas Moralitas adalah pedoman yang dimiliki individu atau kelompok mengenai apa itu benar dan salah, atau baik dan jahat. Pedoman moral mencakup norma-norma yang kita miliki mengenai jenis-jenis tindakan yang kita yakini benar atau salah secara moral, dan nilai-nilai yang kita terapkan pada objek-objek yang kita yakini secara moral baik atau secara moral buruk. Norma moral seperti “selalu katakan kebenaran”, “membunuh orang tak berdosa itu salah”. Nilai-nilai moral biasanya diekspresikan sebagai pernyataan yang mendeskripsikan objek-objek atau ciri-ciri objek yang bernilai, semacam “kejujuran itu baik” dan “ketidakadilan itu buruk”. Standar moral pertama kali terserap ketika masa kanak-kanak dari keluarga, teman, pengaruh kemasyarakatan seperti gereja, sekolah, televisi, majalah, music dan perkumpulan. Hakekat standar moral :

1. Standar moral berkaitan dengan persoalan yang kita anggap akan merugikan secara serius atau benar-benar akan menguntungkan manusia.

2. Standar moral tidak dapat ditetapkan atau diubah oleh keputusan dewan otoritatif tertentu.
3. Standar moral harus lebih diutamakan daripada nilai lain termasuk (khususnya) kepentingan diri.
4. Standar moral berdasarkan pada pertimbangan yang tidak memihak.
5. Standar moral diasosiasikan dengan emosi tertentu dan kosa kata tertentu.

Standar moral, dengan demikian, merupakan standar yang berkaitan dengan persoalan yang kita anggap mempunyai konsekuensi serius, didasarkan pada penalaran yang baik bukan otoritas, melampaui kepentingan diri, didasarkan pada pertimbangan yang tidak memihak, dan yang pelanggarannya diasosiasikan dengan perasaan bersalah dan malu dan dengan emosi dan kosa kata tertentu.

b. Etika

Merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat. Ia mempertanyakan bagaimana standar-standar diaplikasikan dalam kehidupan kita dan apakah standar itu masuk akal atau tidak masuk akal – standar, yaitu apakah didukung dengan penalaran yang bagus atau jelek. Etika merupakan penelaahan standar moral, proses pemeriksaan standar moral orang atau masyarakat untuk menentukan apakah standar tersebut masuk akal atau tidak untuk diterapkan dalam situasi dan permasalahan konkret. Tujuan akhir standar moral adalah mengembangkan bangunan standar moral yang kita rasa masuk akal untuk dianut.

Etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau yang didukung oleh penalaran yang baik, dan dengan demikian etika mencoba mencapai kesimpulan tentang moral yang benar dan salah, dan moral yang baik dan jahat.

c. Etika Bisnis

Merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Etika bisnis merupakan studi standar formal dan bagaimana standar itu

diterapkan dalam system dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada di dalam organisasi.

d. Penerapan Etika pada Organisasi Perusahaan publik/bisnis

Dapatkan pengertian moral seperti tanggung jawab, perbuatan yang salah dan kewajiban diterapkan terhadap kelompok seperti perusahaan, ataukah pada orang (individu) sebagai perilaku moral yang nyata? Ada dua pandangan yang muncul atas masalah ini :

- Ekstrem pertama, adalah pandangan yang berpendapat bahwa, karena aturan yang mengikat, organisasi memperbolehkan kita untuk mengatakan bahwa perusahaan bertindak seperti individu dan memiliki tujuan yang disengaja atas apa yang mereka lakukan, kita dapat mengatakan mereka bertanggung jawab secara moral untuk tindakan mereka dan bahwa tindakan mereka adalah bermoral atau tidak bermoral dalam pengertian yang sama yang dilakukan manusia.
- Ekstrem kedua, adalah pandangan filsuf yang berpendirian bahwa tidak masuk akal berpikir bahwa organisasi bisnis secara moral bertanggung jawab karena ia gagal mengikuti standar moral atau mengatakan bahwa organisasi memiliki kewajiban moral. Organisasi bisnis sama seperti mesin yang anggotanya harus secara membabi buta mentaati peraturan formal yang tidak ada kaitannya dengan moralitas. Akibatnya, lebih tidak masuk akal untuk menganggap organisasi bertanggung jawab secara moral karena ia gagal mengikuti standar moral daripada mengkritik organisasi seperti mesin yang gagal bertindak secara moral. Karena itu, tindakan perusahaan berasal dari pilihan dan tindakan individu manusia, individu-individulah yang harus dipandang sebagai penjaga utama kewajiban moral dan tanggung jawab moral : individu manusia bertanggung jawab atas apa yang dilakukan perusahaan karena tindakan perusahaan secara keseluruhan mengalir dari pilihan dan perilaku mereka. Jika perusahaan bertindak keliru, kekeliruan itu disebabkan oleh pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu dalam perusahaan itu, jika perusahaan bertindak secara moral, hal itu disebabkan oleh pilihan individu dalam perusahaan bertindak secara bermoral.

e. Teknologi dan Etika Bisnis

Teknologi yang berkembang di akhir dekade abad ke-20 mentransformasi masyarakat dan bisnis, dan menciptakan potensi problem etis baru. Yang paling mencolok adalah revolusi dalam bioteknologi dan teknologi informasi. Teknologi menyebabkan beberapa perubahan radikal, seperti globalisasi yang berkembang pesat dan hilangnya jarak, kemampuan menemukan bentuk-bentuk kehidupan baru yang keuntungan dan resikonya tidak terprediksi. Dengan perubahan cepat ini, organisasi bisnis berhadapan dengan setumpuk persoalan etis baru yang menarik.

f. Argumen yang mendukung dan menentang etika bisnis

Banyaknya yang keberatan dengan penerapan standar moral dalam aktivitas bisnis. Bagian ini membahas keberatan-keberatan tersebut dan melihat apa yang dapat dikatakan berkenaan dengan kesetujuan untuk menerapkan etika ke dalam bisnis. Tiga keberatan atas penerapan etika ke dalam bisnis : Orang yang terlibat dalam bisnis, kata mereka hendaknya berfokus pada pencarian keuntungan finansial bisnis mereka dan tidak membuang-buang energi mereka atau sumber daya perusahaan untuk melakukan "pekerjaan baik". Tiga argumen diajukan untuk mendukung perusahaan ini : Pertama, beberapa berpendapat bahwa di pasar bebas kompetitif sempurna, pencarian keuntungan dengan sendirinya menekankan bahwa anggota masyarakat berfungsi dengan cara-cara yang paling menguntungkan secara sosial. Agar beruntung, masing-masing perusahaan harus memproduksi hanya apa yang diinginkan oleh anggota masyarakat dan harus melakukannya dengan cara yang paling efisien yang tersedia. Anggota masyarakat akan sangat beruntung jika manajer tidak memaksakan nilai-nilai pada bisnis, namun mengabdikan dirinya pada pencarian keuntungan yang berfokus. Argumen tersebut menyembunyikan sejumlah asumsi yaitu : Pertama, sebagian besar industri tidak "kompetitif secara sempurna", dan sejauh sejauh perusahaan tidak harus berkompetisi, mereka dapat memaksimumkan keuntungan sekalipun produksi tidak efisien. Kedua, argumen itu mengasumsikan bahwa langkah manapun yang diambil untuk meningkatkan keuntungan, perlu menguntungkan secara sosial, sekalipun dalam kenyataannya ada beberapa cara untuk meningkatkan keuntungan yang sebenarnya merugikan perusahaan : membiarkan polusi, iklan meniru, menyembunyikan cacat produksi, penyuapan. Menghindari pajak, dsb. Ketiga, argumen itu mengasumsikan bahwa dengan memproduksi

apapun yang diinginkan publik pembeli, perusahaan memproduksi apa yang diinginkan oleh seluruh anggota masyarakat, ketika kenyataan keinginan sebagian besar anggota masyarakat (yang miskin dan dan tidak diuntungkan) tidak perlu dipenuhi karena mereka tidak dapat berpartisipasi dalam pasar. Keempat, argumen itu secara esensial membuat penilaian normatif. Kedua, Kadang diajukan untuk menunjukkan bahwa manajer bisnis hendaknya berfokus mengejar keuntungan perusahaan mereka dan mengabaikan pertimbangan etis, yang oleh Ale C. Michales disebut "argumen dari agen yang loyal". Argumen tersebut secara sederhana adalah sbb :Sebagai agen yang loyal dari majikannya manajer mempunyai kewajiban untuk melayani majikannya ketika majikan ingin dilayani (jika majikan memiliki keahlian agen).Majikan ingin dilayani dengan cara apapun yang akan memajukan kepentingannya sendiri. Dengan demikian sebagai agen yang loyal dari majikannya, manajer mempunyaikewajiban untuk melayani majikannya dengan cara apapun yang akan memajukan kepentingannya.Argumen agen yang loyal adalah keliru, karena "dalam menentukan apakah perintah klien kepada agen masuk akal atau tidak... etika bisnis atau profesional harus mempertimbangkan" dan "dalam peristiwa apapun dinyatakan bahwa agen mempunyai kewajiban untuk tidak melaksanakan tindakan yang ilegal atau tidak etis". Dengan demikian,kewajiban manajer untuk mengabdikan kepada majikannya, dibatasi oleh batasan-batasan moralitas.Ketiga, untuk menjadi etis cukuplah bagi orang-orang bisnis sekedar mentaati hukum: Etika bisnis pada dasarnya adalah mentaati hukum.Terkadang kita salah memandang hukum dan etika terlihat identik. Benar bahwa hukum tertentu menuntut perilaku yang sama yang juga dituntut standar moral kita. Namun demikian, hukum dan moral tidak selalu serupa. Beberapa hukum tidak punya kaitan dengan moralitas, bahkan hukum melanggar standar moral sehingga bertentangan dengan moralitas, seperti hukum perbudakan yang memperbolehkan kita memperlakukan budak sebagai properti. Jelas bahwa etika tidak begitu saja mengikuti hukum.Namun tidak berarti etika tidak mempunyai kaitan dengan hukum. Standar Moral kita kadang dimasukkan ke dalam hukum ketika kebanyakan dari kita merasa bahwa standar moral harus ditegakkan dengan kekuatan sistem hukum sebaliknya, hukum dikritik dan dihapuskan ketika jelas-jelas melanggar standar moral.Kasus etika dalam bisnisEtika seharusnya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukkan bahwa etika mengatur semua aktivitas manusia yang disengaja, dan karena bisnis merupakan aktivitas manusia yang disengaja, etika hendaknya juga berperan dalam bisnis. Argumen

lain berpandangan bahwa, aktivitas bisnis, seperti juga aktivitas manusia lainnya, tidak dapat eksis kecuali orang yang terlibat dalam bisnis dan komunitas sekitarnya taat terhadap standar minimal etika. Bisnis merupakan aktivitas kooperatif yang eksistensinya mensyaratkan perilaku etis. Dalam masyarakat tanpa etika, seperti ditulis oleh filsuf Hobbes, ketidakpercayaan dan kepentingan diri yang tidak terbatas akan menciptakan "perang antar manusia terhadap manusia lain", dan dalam situasi seperti itu hidup akan menjadi "kotor, brutal, dan dangkal". Karenanya dalam masyarakat seperti itu, tidak mungkin dapat melakukan aktivitas bisnis, dan bisnis akan hancur. Karena bisnis tidak dapat bertahan hidup tanpa etika, maka kepentingan bisnis yang paling utama adalah mempromosikan perilaku etika kepada anggotanya dan juga masyarakat luas. Etika hendaknya diterapkan dalam bisnis dengan menunjukkan bahwa etika konsisten dengan tujuan bisnis, khususnya dalam mencari keuntungan. Contoh Merck dikenal karena budaya etisnya yang sudah lama berlangsung, namun ia tetap merupakan perusahaan yang secara spektakuler mendapatkan paling banyak keuntungan sepanjang masa. Apakah ada bukti bahwa etika dalam bisnis secara sistematis berkorelasi dengan profitabilitas? Apakah Perusahaan yang etis lebih menguntungkan daripada perusahaan lainnya? Beberapa studi menunjukkan hubungan yang positif antara perilaku yang bertanggung jawab secara sosial dengan profitabilitas, beberapa tidak menemukan korelasi bahwa etika bisnis merupakan beban terhadap keuntungan. Studi lain melihat, perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial bertransaksi di pasar saham, memperoleh pengembalian yang lebih tinggi daripada perusahaan lainnya. Semua studi menunjukkan bahwa secara keseluruhan etika tidak memperkecil keuntungan, dan tampak justru berkontribusi pada keuntungan. Dalam jangka panjang, untuk sebagian besar, lebih baik menjadi etis dalam bisnis daripada tidak etis. Meskipun tidak etis dalam bisnis kadang berhasil, namun perilaku tidak etis ini dalam jangka panjang, cenderung menjadi kekalahan karena meruntuhkan hubungan kooperatif yang berjangka lama dengan pelanggan, karyawan dan anggota masyarakat dimana kesuksesan bisnis sangat bergantung. Akhirnya kita harus mengetahui ada banyak bukti bahwa sebagian besar orang akan menilai perilaku etis dengan menghukum siapa saja yang mereka persepsi berperilaku tidak etis, dan menghargai siapa saja yang mereka persepsi berperilaku etis. Pelanggan akan melawan perusahaan jika mereka mempersepsi ketidakadilan yang dilakukan perusahaan dalam bisnis lainnya, dan mengurangi minat mereka untuk membeli produknya. Karyawan yang merasakan ketidakadilan, akan

menunjukkan absentisme lebih tinggi, produktivitas lebih rendah, dan tuntutan upah lebih tinggi. Sebaliknya, ketika karyawan percaya bahwa organisasi adil, akan senang mengikuti manajer. Melakukan apapun yang dikatakan manajer, dan memandang keputusan manajer sah. Ringkasnya, etika merupakan komponen kunci manajemen yang efektif.

Dengan demikian, budaya dan etika sangatlah erat, dan keduanya mempunyai hubungan, oleh karena itu, dapat disimpulkan inti dari paper ini:

Manfaat budaya perusahaan :

1. Membatasi peran yang membedakan antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain karena setiap organisasi mempunyai peran yang berbeda, sehingga perlu memiliki akar budaya yang kuat dalam sistem dan kegiatan yang ada di dalamnya.
2. Menimbulkan rasa memiliki identitas bagi anggota. Adanya budaya yang kuat, anggota organisasi akan merasa memiliki identitas yang merupakan ciri khas organisasinya.
3. Mementingkan tujuan daripada mengutamakan kepentingan individu.
4. Menjaga stabilitas organisasi, komponen-komponen organisasi direkatkan oleh pemahaman budaya yang sama akan membuat kondisi internal organisasi relatif stabil.

Etika perusahaan menyangkut hubungan :

1. Perusahaan dan karyawan sebagai satu kesatuan dengan lingkungannya (misalnya dengan perusahaan lain atau masyarakat setempat).
2. Etika kerja terkait antara perusahaan dengan karyawan.
3. Etika perorangan mengatur hubungan antar karyawan.

Faktor utama yang dapat menciptakan iklim etika dalam perusahaan :

1. Terciptanya budaya perusahaan secara baik.
2. Terbangunnya suatu kondisi organisasi berdasarkan saling percaya (trust-based-organization).
3. Terbentuknya manajemen hubungan antar pegawai (employee relationship management).

Etika seseorang dan etika bisnis adalah satu kasatuan yang terintegrasi sehingga tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, keduanya saling melengkapi dalam mempengaruhi perilaku antar individu maupun kelompok, yang kemudian menjadi perilaku organisasi yang akan berpengaruh terhadap budaya perusahaan. Jika etika menjadi nilai dan

keyakinan yang terinternalisasi dalam budaya perusahaan, maka akan berpotensi menjadi dasar kekuatan perusahaan dan akhirnya akan berpotensi menjadi stimulus dalam peningkatan kinerja karyawan. Terdapat pengaruh yang signifikan antara etika seseorang dari tingkatan manajer terhadap tingkah laku etis dalam pengambilan keputusan. Kemampuan seorang profesional untuk dapat mengerti dan peka terhadap adanya masalah etika dalam profesinya sangat dipengaruhi oleh lingkungan, sosial budaya, dan masyarakat dimana dia berada. Budaya perusahaan memberikan sumbangan yang sangat berarti terhadap perilaku etis. Perusahaan akan menjadi lebih baik jika mereka membudayakan etika dalam lingkungan perusahaannya.

Disamping itu, pengaruh etika terhadap budaya terkhusus budaya kita budaya Indonesia yang pada saat ini panas dipermasalahkan :

✚ ORDER DAGING SAPI KASUS PENERAPAN BUDAYA PERUSAHAAN DAN ETIKA BISNIS Seorang pelaku perusahaan dari Amerika mendapat order daging sapi dari pelaku usaha lain asal Indonesia. Sebagaimana diketahui, sebagian besar warga Indonesia merupakan penganut agama Islam. Jadi masalah daging sapi tidak hanya berhubungan dengan standar kesehatan, tapi juga berkaitan dengan proses penyembelihan hewan ternak yang harus sesuai dengan syariah. Padahal di Amerika sendiri, proses penyembelihannya tidak pernah memikirkan urusan tersebut. Perbedaan budaya serta cara pandang seperti ini mengakibatkan order yang sebenarnya sudah disetujui oleh kedua belah pihak bisa menjadi batal bahkan berujung pada gugatan. Untuk mengatasinya, sebelum perjanjian jual beli daging sapi tersebut dibuat seharusnya juga dicantumkan bahwa pengusaha dari Amerika harus bisa mendatangkan daging sapi yang proses penyembelihannya dilakukan sesuai dengan syariah Islam. Selain itu harus melibatkan lembaga yang memiliki kewenangan untuk mengeluarkan sertifikat halal. Saat ini kasus bisnis internasional seperti yang disebut di atas memang sudah jarang terjadi. Tapi masih banyak sengketa lain yang sumber masalahnya berhubungan dengan budaya dan adat yang berbeda di masing-masing negara

🚩 **KASUS PENERAPAN BUDAYA PERUSAHAAN DAN ETIKA BISNIS Nissan** Motor Indonesia adalah sebuah PMA yang dimiliki oleh Nissan Motor Co. Ltd. NISSAN WAY adalah budaya organisasi yang dimiliki oleh Nissan sebagai tolak ukur dalam kebiasaan berfikir dan bertindak yang diharapkan dari karyawan Nissan dalam melakukan pekerjaan. Mengapa perlu NISSAN WAY ? Karena setiap karyawan mempunyai kepentingan dan pemikiran yang berbeda-beda. Hal ini bisa menimbulkan konflik di dalam organisasi, sehingga akan berakibat melemahkan organisasi itu. Dengan adanya NISSAN WAY diharapkan semua pemikiran akan menjadi sama. Di dalam NISSAN WAY terdapat yang disebut sebagai MINDSET dan ACTION. Di dalam MINDSET terkandung 5 unsur : Cross-functional & Cross-cultural, Transparent, Leaner, Frugal, dan Competitive. Sedangkan di dalam ACTION terkandung 5 unsur : Motivate, Commit & Target, Perform, Measure, dan Challenge. Sehingga di dalam beraktifitas setiap karyawan harus berpedoman dan menerapkan 5 unsur MINDSET dan 5 unsur ACTION.

D. Penutup

Bahwasannya upaya untuk mengubah citra masyarakat, terutama dalam rangka peningkatan peradaban dan etika organisasi yang logis adalah suatu keharusan, tentu tidak bisa disangkal lagi. Ini terutama terkait dengan tekad pemerintah dan bangsa ini untuk meningkatkan kualitas masyarakat, nasional secara keseluruhan.

Namun, untuk mewujudkan ideal di atas yang pertama-tama perlu disadari adalah sulit bahkan tidak mungkin mengubah tujuan masyarakat, bila masyarakat itu sendiri tidak punya motivasi untuk mengubah dirinya. Maka dari itu, perlu dikembangkan strategi internal yang ujung-ujungnya mengubah masyarakat sekitar, dan ia merasa berkepentingan untuk berubah. Ini meliputi berbagai langkah menciptakan kebanggaan bangsa yang didasari munculnya jati diri masyarakatnya.

Hanya saja berhasilnya unsur internal ini diwujudkan, memang tidak bisa lepas dari dukungan faktor eksternal, contohnya dukungan dari masyarakat lain maupun pemerintah sekalipun.

E. Daftar pustaka

Setiadi, Elly M., Kama Abdul Hakam dan Ridwan Effendi. (2006). Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. Jakarta: Kencana

<http://www.scribd.com/doc/45032772/Hubungan-etika-dengan-Budaya-Etika-Bisnis>